

# Indice

<b>Prefazione</b> , di <i>Junji Tsuchiya</i>	pag.	9
<b>Cenni introduttivi</b> , di <i>Marco Centorrino e Angelo Romeo</i>	»	13
<b>1. Dall'analogico al digitale – dal moderno al post-moderno</b>	»	27
1.1. <i>Media</i> e modernità	»	27
1.2. Dal <i>medium nucleare</i> alla rivoluzione digitale	»	30
1.3. Nuovi <i>media</i> e post-modernità	»	34
1.3.1. Reticolarità e globalizzazione	»	39
1.3.2. <i>Converging set</i> e villaggio globale	»	40
1.3.3. Realtà virtuale e accesso all'esperienza	»	41
1.3.4. Copie e universi valoriali	»	43
1.4. Dai <i>new media</i> ai <i>digital media</i> : cosa sono, perché distinguerli	»	44
<b>2. Sociologia dei <i>digital media</i> – primi studi e approcci metodologici</b>	»	52
2.1. <i>Internet Studies</i> : lo sviluppo	»	52
2.2. Rete e Virtuale: oggetto e <i>new media research</i>	»	55
2.2.1. Le comunità virtuali: Howard Rheingold	»	61
2.2.2. Le origini dell'etnografia in rete: Sherry Turkle	»	65
2.2.3. Spazi e tempi della rete: Manuel Castells	»	69
2.2.4. La comunicazione digitale: Nicholas Negroponte	»	73
2.2.5. La Network society: Jean van Dijk	»	76

<b>3. Sociologia dei <i>digital media</i> – creatività, vita quotidiana e condivisione</b>	pag.	80
3.1. I <i>digital media</i> tra creatività e quotidianità	»	80
3.1.1. Creatività e linguaggi: Lev Manovich	»	83
3.1.2. Virtuale e intelligenza collettiva: Pierre Lévy	»	87
3.1.3. L'intelligenza connettiva: Derrick de Kerckhove	»	91
3.1.4. Networked individualism e individualized networking: Barry Wellman	»	96
3.1.5. Culture dal basso e partecipazione: Henry Jenkins	»	100
3.2. Gli studi italiani	»	104
<b>4. Esperienze in rete e nuove pratiche della vita collettiva</b>	»	112
4.1. Identità, relazioni e socialità digitali	»	112
4.2. I <i>Social network</i>	»	118
4.2.1. Da <i>Second Life</i> a <i>Facebook</i> e <i>Twitter</i>	»	120
4.3. I <i>blog</i>	»	125
<b>5. <i>Cultural digital media</i>: gli ambiti e le questioni</b>	»	130
5.1. I <i>digitali nativi</i>	»	130
5.1.1. Virtuale e reale vissuti come un'unica dimensione	»	132
5.1.2. Essere multimediali	»	133
5.1.3. L' <i>effetto onda</i> relazionale	»	134
5.1.4. Comunicazione e pratiche quotidiane	»	136
5.2. Inclusioni ed esclusioni digitali	»	137
5.2.1. Il divario di accesso	»	138
5.2.2. Il divario di utilizzo	»	142
5.2.3. L'apprendimento digitale	»	146
5.3. La <i>new economy</i>	»	149
5.4. Il nuovo agire politico	»	158
<b>6. Come cambiano gli scenari mediiali</b>	»	170
6.1. Le nuove industrie culturali	»	170
6.2. Giochi e videogiochi	»	176
6.2.1. L'iperrealtà: <i>Game over. Press Start to continue</i>	»	182
6.3. Tv digitale e scenari post-televisivi	»	185
6.4. Giornalismo e sistema dell'informazione	»	193